



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 19 mai 2020

NextRadioTV lance son plan de reconquête post Covid et de transformation

Dans un contexte de marché difficile et inédit, Alain Weill, Arthur Dreyfuss et le comité de direction de NextRadioTV ont présenté ce jour aux représentants du personnel et aux salariés, un projet de reconquête et de transformation, profond et ambitieux, afin de permettre au Groupe de conserver sa position d'acteur majeur des médias en France et de lui donner les moyens de poursuivre son développement et sa croissance.

Le secteur de l'audiovisuel privé est à un moment charnière de son histoire, lié à la concurrence des plateformes à la fois inéquitable et d'une ampleur encore sous-estimée, et aux nouveaux modes de consommation des auditeurs et téléspectateurs ; le tout accéléré par les impacts économiques sans précédent de la crise sanitaire.

Face à ces défis, l'ambition du Groupe est de construire un avenir de croissance et de succès avec pour principal objectif de continuer de se développer dans ce nouvel environnement.

Malgré la très grande qualité éditoriale et les audiences records du Groupe, la réalité économique est bouleversée, depuis plusieurs années, par les évolutions du secteur, et désormais par l'écroulement des recettes publicitaires dû à la crise du Covid -19.

Cette crise économique majeure dans laquelle le pays est entré aura des impacts considérables sur les entreprises, l'emploi et la consommation et donc durablement sur les recettes publicitaires, principale source de revenus de NextRadioTV.

Fruit de sa croissance organique et externe rapide, NextRadioTV souffre aujourd'hui d'une certaine complexité organisationnelle qui devra être simplifiée pour revenir à ce qui a fait son succès : circuits courts et décisions rapides, grande réactivité et capacité à innover sans délai.

Réorganisation de la PayTV Sport

NextRadioTV va s'engager dans une reconquête et une transformation nécessaire, qui lui permettra, autour de ses deux marques emblématiques, BFM et RMC, de maintenir l'excellence éditoriale, poursuivre l'innovation technologique et renouer avec la croissance, la rentabilité et le développement.

D'ores et déjà, sur le marché des chaînes payantes et des droits sportifs, NextRadioTV a annoncé l'arrêt prochain de la chaîne payante de débat sur le sport, *RMC Sport News*, ainsi que l'arrêt progressif des compétitions sportives notamment d'Athlétisme, d'Equitation et de Tennis. Le marché des droits et de la Pay TV, imprévisible et inflationniste, impose de revoir rapidement et largement l'organisation de nos structures de Pay TV.

Plan de reconquête post Covid

Le projet de nouvelle organisation autour de ses deux grandes marques renforcera les fondamentaux de NextRadioTV : l'information générale, économique, technologique, locale et sportive ainsi que le débat et la connaissance, dans une stratégie plurimédia TV, Radio et Digitale.

La transformation permettra :

- de mutualiser les fonctions supports avec Altice France ;
- de réévaluer toute la politique d'acquisition et de production des chaînes de divertissement dont les coûts ont été multipliés par trois ces cinq dernières années ;
- de bâtir une stratégie marketing puissante autour des programmes et de leurs personnalités ;
- de mener une nouvelle politique commerciale disruptive et dynamique ;
- de s'appuyer véritablement sur l'excellence et les compétences technologiques de SFR en matière de publicité adressée et de gestion des données pour devenir les plus innovants du marché ;
- d'investir significativement dans les innovations technologiques et la digitalisation ;
- de renforcer le replay et le podcast autour d'une stratégie inédite d'offre et d'expérience délinéarisée (organisation, programmation, éditorialisation, promotion et commercialisation) ;

et ce, pour continuer de développer BFM TV, BFM Business, BFM en région, les RMC, le site BFMTV.com.

Plan de transformation

Ce plan, qui concerne l'ensemble de la structure de coûts de NextRadioTV, aura aussi un impact sur les effectifs (CDI, CDD, CDDU, pigistes, intermittents et également consultants) qui ont augmenté de plus de 50% ces six dernières années : le recours aux intermittents, aux pigistes et aux consultants sera divisé par deux.

Ce plan, qui se traduira sur le volet social par une adaptation du volume des effectifs, débuterait par une phase de volontariat ; les licenciements contraints n'interviendraient que si le nombre de volontaires était insuffisant. Il sera détaillé dans les prochaines semaines aux représentants du personnel.

Notre objectif sera de limiter autant que possible l'impact sur les postes en CDI et de poursuivre l'excellence éditoriale, tout en développant les compétences technologiques et les forces commerciales, essentielles à NextRadioTV.

L'ensemble de ces changements renforcera nos fondations : le travail des antennes et l'exigence éditoriale pour éditer des chaînes leaders sur leurs segments respectifs. NextRadioTV, malgré les difficultés, continuera donc à lancer de nouveaux projets éditoriaux et technologiques, autour des marques BFM et RMC, en particulier dans l'information, nationale et locale.

Contact presse :
presse@alticefrance.com
01 85 06 05 50